

Совершенствование методики рейтинговой оценки экономических субъектов с помощью бенчмаркинга

Научный руководитель – Колесов Роман Владимирович

Козлова Дарья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Финансовый университет, Москва, Россия

E-mail: coraline713@yandex.ru

Россия встала на путь развития рыночных экономических отношений более 26 лет назад. В результате этого предприятия столкнулись со многими непривычными для них экономическими явлениями, среди которых наиболее значащим являлась конкуренция. Последствия ее противоречивости отчетливо проявляются при анализе причин ликвидации экономических субъектов. По данным органов статистики в 2016 – 2017 годах бизнесы чаще закрывались, чем регистрировались [2].

Конкуренция является одной из важнейших предпосылок банкротства хозяйствующих субъектов, так как, во-первых, многие новые компании, появляющиеся на рынке, не могут конкурировать с предприятиями, занимающими на нем более существенную долю, а во-вторых, все организации, как новые так и старые, используют общетеоретические способы развития деятельности, зачастую не учитывающие негативные отечественные реалии, связанные с политическими санкциями, недостаточно предсказуемой инфляцией, неожиданным принятием новых, осложняющих хозяйственную деятельность, нормативных правовых актов.

Одним из путей решения обозначенного комплекса проблем является разработка нового методического инструментария анализа деятельности хозяйствующих субъектов, возникшего именно в результате конкуренции – бенчмаркинга. Методика предполагает сравнение конкурирующих систем с целью выбора лучшей.

Бенчмаркинг позволяет решить проблему негативного влияния конкуренции и развернуть вектор характера ее влияния на позитивный. Вновь создаваемые компании в результате сравнения смогут перенимать опыт устойчиво функционирующих предприятий, будут иметь возможность на научно обоснованной основе разрабатывать свою экономическую стратегию с учетом их опыта. Бенчмаркинг системно применяют 84% крупных международных корпораций. Среди активно применяемых в международной практике методов управления крупным бизнесом он уступает только стратегическому планированию, занимающему 89% [1].

Одним из самых простых и понятных подвидов бенчмаркинга является сравнительная рейтинговая оценка предприятия. При ее использовании исходная матрица совокупных показателей преобразуется в матрицу стандартизированных коэффициентов, после этого определяется рейтинг анализируемых сложных экономических систем. Для данного способа используется формула (1):

$$R = \sqrt{k_1 \times x_{1j}^2 + k_2 \times x_{2j}^2 + \dots + k_n \times x_{nj}^2}$$

Вместе с тем, сравнительная рейтинговая оценка позволяет только выявить место каждого предприятия по результатам хозяйствования, бенчмаркинг же предполагает разработку и обоснование комплекса рекомендаций по повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов [3]. Автор доработал данную методику и разработал свой методический аппарат совершенствования сравнительной рейтинговой оценки. Результатами проведенного исследования является предложенная методика рейтинговой оценки с учетом коэффициента значимости, обеспечивающая получение

информации о расхождении между значениями реального и желаемого рейтинга предприятия. Для того, чтобы предполагаемая организация заняла 1 место в рейтинге и преодолела разрыв между его реальными и эталонными показателями финансово-хозяйственной деятельности, необходимо обеспечить корректировку ее реальных коэффициентов до величины оптимальных значений, полученных с применением формулы (2):

$x_{nj} = \sqrt{\frac{dR^2}{k_n}}$, где dR - необходимое изменение показателя рейтинговой оценки. Данная формула была получена из формулы рейтинговой оценки.

При этом стоит выбор, какой из показателей выбрать в качестве критерия оптимизации. Чтобы решить эту проблему, автором была дополнительно разработана методика оценки степени сложности изменения критериального показателя и, как следствие, вероятности достижения оптимального состояния финансово-хозяйственной деятельности.

Значимость коэффициента текущей ликвидности 4 балла, сложность изменения 2 балла, вероятность достижения рейтинга 2 балла. Значимость коэффициента оборотных активов 5 баллов, сложность изменения 5 баллов, вероятность достижения рейтинга 0 баллов. Значимость рентабельности продаж 6 баллов, сложность изменения 7 баллов, вероятность достижения рейтинга -1 балл. Значимость рентабельности собственного капитала 7 баллов, сложность изменения 6 баллов, вероятность достижения рейтинга 1 балл.

Значимость показателя – это субъективное отражение влияния показателя на общий финансовый результат хозяйствующего субъекта, присущий сравнительной рейтинговой оценке. На его основе автор ввел понятие сложности изменения показателя в баллах, зависящее от возможности изменения факторов деятельности предприятия, использующихся в формуле для оценки определенного коэффициента. Наилучшим показателем для оптимизации финансово-хозяйственной деятельности предприятия в сложившихся условиях является коэффициент текущей ликвидности. Причиной послужило оптимальное соотношение средней значимости данного показателя и низкой сложности достижения его изменения за счет сокращения краткосрочных обязательств. Чем проще изменить составляющие коэффициента, тем ниже сложность его изменения в процессе практической деятельности.

Разработанный по итогам исследования методический аппарат может обеспечить разработку на научной основе комплекса мер, позволяющих повысить эффективность деятельности хозяйствующих субъектов и уровень их инвестиционной привлекательности. Его применение не требует значительных временных затрат или использования сложно формируемой аналитической информации, однако позволяет менеджменту экономического субъекта четко осознать перечень конкретных мер, обеспечивающих с минимальными затратами достижение результатов, способствующих выведению финансово-хозяйственной деятельности на уровень, обеспечивающий в складывающихся экономических условиях достижение конкурентных преимуществ перед потенциальными конкурентами.

Источники и литература

- 1) Князев Е.А., Евдокимова Я.Ш. Бенчмаркинг для ВУЗов. М., 2006.
- 2) РБК: <https://www.rbc.ru/>
- 3) Русакова Е.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия. М., 2017.